

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA GOJEK  
DI SURABAYA**



**OLEH:  
AJENG PRATIWI  
3103015021**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA GOJEK  
DI SURABAYA**

SKRIPSI  
Diajukan Kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
AJENG PRATIWI  
3103015021

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA GOJEK  
DI SURABAYA**

OLEH:  
AJENG PRATTWI  
3103015021

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM  
NIK. 311.89.0152  
Tanggal: 14 JANUARI 2019

Pembimbing II,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678  
Tanggal: 14 JANUARI 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Ajeng Pratiwi dengan NRP 3103015021 telah diuji pada tanggal 24 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.  
NIK. 311.89.0152

Mengetahui:

Dekan,



Dr. I. Leovicus Lasdi, MM., Ak., CA  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H, S.E., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ajeng Pratiwi

NRP : 3103015021

Judul Skripsi : Pengaruh *Price Fairness* dan *Service Quality* Terhadap  
*Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*  
pada Gojek di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya...14 JANUARI...2019

Yang Menyatakan,



(Ajeng Pratiwi)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Price Fairness* dan *Service Quality* Yang Berdampak Pada *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Gojek di Surabaya”. Tujuan dari penulisan skripsi ini ditujukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) dalam program pendidikan S-1 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang senantiasa berperan secara langsung maupun tidak langsung untuk membantu pengerjaan skripsi, sehingga pada kesempatan ini dengan hati yang penuh sukacita penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen pembimbing II yang telah meluangkan tenaga, waktu, pikiran juga kritik dan saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan tenaga, waktu, pikiran juga kritik dan saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. C. Erna Susilowati, M.Si selaku Dosen Wali yang telah membimbing, memberikan arahan dan juga motivasi kepada penulis dari semester awal hingga sampai pada semester akhir dalam menempuh masa studi.
5. Ibu Dyna Rachmawati, SE., M.Si., Ak yang senantiasa memberikan pengetahuan dan inspirasi kepada penulis mengenai pengolahan data skripsi.

6. Segenap jajaran para Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani masa studi.
7. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan berupa doa, keuangan, dan semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Sepupu tercinta yaitu Marta yang senantiasa menghibur dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik khususnya Stanley Wang, Brenda Savio dan Michelle Tjandra yang senantiasa memberikan pengetahuan juga bantuan sehingga penulis dapat mengolah data skripsi dengan baik.
10. Sahabat SMP dan SMA yaitu Regina Kencono Putri, Lidia Cynthia Dewi, Sonia Oktavia dan Maria Pramodya yang saling berjuang dan menyemangati dalam pengerjaan skripsi dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana.
11. Keluarga besar Badan Eksekutif Mahasiswa dan KESUMA angkatan 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017 yang telah memberikan banyak pengalaman organisasi dan kenangan manis kepada penulis.
12. Kelompok Dis Ledis yaitu Malinda Devina, Vanessa Venesalie, Rosalina Wijayanti dan Disna Natasya Weyai juga kelompok Piyo and The Genkzz yaitu Alvin Beniah Prajogo, Vicco Pristeja Lo, Donny Lestiawan dan Raymond Andhika yang senantiasa membantu, memberikan informasi, menghibur juga memberi semangat juang kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
13. 6.30 Squad yaitu Vania Indah, Birgita Nanda dan Hokky Gunawan yang senantiasa memberikan canda tawa dan saling menyemangati satu sama lain untuk tidak cepat menyerah dalam proses menyelesaikan pengerjaan skripsi.
14. Seseorang terkasih yang banyak memberi warna dalam kehidupan juga membantu memberi arahan, motivasi dan dukungan kepada penulis dari awal sebelum berjalannya skripsi hingga proses selesainya skripsi.
15. Teman-teman seperjuangan yang saling mendukung, memotivasi dan juga membantu yaitu Cecilia Winnie, Firlly Sagita, Daniel Prayogi, Aldo, Regina Juan, Beatrice Tan Yanto, Serlina Yolanda, Olivia Purnama, Felix Hari, Leonardo Evan, Ady W dan masih banyak lagi.

16. Teman-teman jurusan manajemen angkatan 2015 yang banyak memberikan inspirasi kepada penulis.
17. Seluruh responden yang turut berpartisipasi menyempatkan waktu untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis.

Akhir kata penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berkepentingan yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala dukungan dan doanya, sekiranya Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas segala kebaikan yang telah di berikan kepada penulis. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan hati yang terbuka penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun guna untuk kesempurnaan skripsi ini. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 09 Januari 2019

Ajeng Pratiwi



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 <i>Price Fairness</i> .....	9
2.1.2 <i>Service Quality</i> .....	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	13

2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.3.1 Hubungan antara <i>Price Fairness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.3.3 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.4a Model Penelitian .....	21
2.4b Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
3.2.1 Identifikasi Variabel .....	23
3.2.2 Definisi Operasional .....	24
3.2.3 Pengukuran Variabel .....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	27
3.6 Analisis Data .....	28
3.6.1 Uji Normalitas .....	28
3.6.2 Uji Validitas.....	28
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	29
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	29
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	31
3.6.6 Uji Hipotesis .....	31

<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Pengguna Gojek Lebih Dari 2 Kali Dalam 3 Bulan Terakhir .....	32
4.1.2 Domisili di Surabaya .....	33
4.1.3 Usia di Atas 17 Tahun .....	33
4.1.4 Status Responden.....	33
4.1.5 Pengeluaran Belanja Selama Seminggu .....	34
4.1.6 Jenis Layanan Gojek Yang Sering Digunakan .....	34
4.2 Deskripsi Data .....	35
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Fairness</i> .....	36
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	36
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
4.1.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	38
4.3 Hasil Analisis Data .....	39
4.3.1 Uji Normalitas .....	39
4.3.2 Uji Validitas.....	41
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	42
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	43
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	44
4.3.6 Uji Hipotesis .....	45
4.4 Pembahasan .....	46
4.4.1 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	46
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	47

<b>BAB 5 SIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Keterbatasan .....	50
5.3 Saran .....	50
5.3.1 Saran Akademis .....	50
5.3.2 Saran Praktis .....	50

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	17
3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	30
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek .....	32
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden .....	33
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	33
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden.....	34
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Seminggu .....	34
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Gojek.....	35
4.7 Interval Rata-Rata Skor.....	35
4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Fairness</i> .....	36
4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	37
4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	38
4.12 <i>Univariate Normality</i> .....	39
4.13 <i>Multivariate Normality</i> .....	41
4.14 Hasil Uji Validitas.....	41
4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
4.16 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	43
4.17 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	44
4.18 Hasil Uji Hipotesis .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Data Jumlah Kendaraan Bermotor di Surabaya.....	2
1.2 Grafik Transportasi Online yang Paling Banyak Digunakan.....	4
2.1 Model Penelitian .....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data Isian Responden
Lampiran 4	Statistik Deskriptif
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Output <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)
Lampiran 7	Path Diagram
Lampiran 8	Uji Reliabilitas

## ABSTRAK

Perkembangan transportasi yang di dukung dengan teknologi pada jaman sekarang ini menyebabkan banyaknya aplikasi transportasi berbasis online yang mulai bermunculan dengan menawarkan berbagai keuntungan untuk memenuhi keinginan masyarakat yang cenderung menyukai hal yang cepat dan praktis, selain itu juga membantu mempermudah mobilitas masyarakat untuk mengatasi fenomena persoalan kemacetan yang terjadi di kota Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk dapat menganalisis pengaruh *Price Fairness* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Gojek di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling* dengan cara *judgement sampling* yang artinya pengambilan sampel tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih yang disesuaikan dengan karakteristik berdasarkan persyaratan yang telah ditentukan untuk dapat menjadi responden. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebesar 150 responden, sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *Price Fairness* berpengaruh positif, signifikan dan diterima terhadap *Customer Satisfaction*. *Service Quality* berpengaruh positif juga signifikan dan diterima terhadap *Customer Satisfaction*, dan yang terakhir *Customer Satisfaction* berpengaruh positif juga signifikan dan diterima terhadap *Customer Loyalty*.

Saran praktis yang dapat diberikan untuk *price fairness* yaitu membuat perincian atas pembayaran yang tertera pada aplikasi Gojek, untuk *service quality* yaitu melakukan pengecekan dan pengembangan pada sistem aplikasi Gojek secara rutin untuk mengatasi kendala server yang terkadang error, sedangkan *customer satisfaction* memperhatikan pengambilan *driver* sesuai dengan jarak pemesanan pada pelanggan, dan untuk *customer loyalty* memberikan *reward* secara berkala kepada pelanggan setia maupun kepada pelanggan yang jarang menggunakan Gojek.

Kata Kunci: *Price Fairness*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*,  
*Customer Loyalty*



***THE INFLUENCE OF PRICE FAIRNESS AND SERVICE QUALITY  
AGAINST CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER  
LOYALTY TOWARDS GOJEK SURABAYA***

**ABSTRACT**

The development of transport links supported by technology in the present era caused the number of online-based transportation applications started popping up with offers a range of benefits to meet the desires of a society that tends to like a fast and practical, it also helps facilitate the mobility of society to address the phenomenon of congestion problems that occurred in the city of Surabaya. This research was conducted to analyse the influence of Price Fairness and Service Quality that impact Customer Satisfaction on Customer Loyalty towards Gojek Surabaya.

The sampling techniques used in this research is the Nonprobability sampling by means of judgement sampling sampling does not mean giving equal opportunities for every Member of the population for selected elements are adjusted with characteristic based on requirements that have been determined to be the respondent. In this study, samples used in the amount of 150 respondents, while for the data analysis technique used is the analysis of Structural Equation Modelling (SEM) with LISREL program.

The results of this research proves that Price Fairness positive, significant and influential received towards Customer Satisfaction. Service Quality are also significant positive effect and accepted against Customer Satisfaction, and Customer Satisfaction are also significant positive effect and accepted against Customer Loyalty.

Practical advice that can be given for price fairness i.e. to make the details upon payment the application Gojek, to service quality that is checked and the application system development Gojek regularly to overcome the constraints a server that occasionally an error while retrieving the driver pays attention to customer satisfaction in accordance with booking on customer, customer loyalty, and to give a reward to loyal customers periodically or to customers who rarely use Gojek.

*Keywords: Price Fairness, Service Quality, Customer Satisfaction,  
Customer Loyalty*